

**ANALISIS PENDEKATAN STRATEGI KEUNGGULAN
BERSAING PADA
PT. TELEKOMUNIKASI INDONESIA TBK
DIVISI CONSUMER SERVICES (DCS) AREA KEDIRI**

SKRIPSI



Oleh

HUDA CHOIRUL ANAM
NIM: 08510147

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2012**

**ANALISIS PENDEKATAN STRATEGI KEUNGGULAN
BERSAING PADA
PT. TELEKOMUNIKASI INDONESIA TBK
DIVISI *CONSUMER SERVICES* (DCS) AREA KEDIRI**

SKRIPSI

Diajukan Kepada :
Universitas Islam Negeri (UIN)
Maulana Malik Ibrahim Malang
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)



Oleh
HUDA CHOIRUL ANAM
NIM: 08510147

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2012**

LEMBAR PERSETUJUAN

**ANALISIS PENDEKATAN STRATEGI KEUNGGULAN
BERSAING PADA
PT. TELEKOMUNIKASI INDONESIA TBK
DIVISI *CONSUMER SERVICES* (DCS) AREA KEDIRI**

Oleh
HUDA CHOIRUL ANAM
NIM: 08510147

Telah Disetujui 22 September 2012
Dosen Pembimbing,

Irmayanti Hasan, ST., MM
NIP 19770506 200312 2 001

Mengetahui:
Ketua Jurusan

Dr. Achmad Sani Supriyanto, SE., M.Si
NIP 19720212 200312 1 003

LEMBAR PENGESAHAN

**ANALISIS PENDEKATAN STRATEGI KEUNGGULAN
BERSAING PADA
PT. TELEKOMUNIKASI INDONESIA TBK
DIVISI *CONSUMER SERVICES* (DCS) AREA KEDIRI**

SKRIPSI

Oleh
HUDA CHOIRUL ANAM
NIM: 08510147

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji
dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Pada 15 September 2012

Susunan Dewan Penguji	Tanda Tangan
1. Ketua Penguji Yayuk Sri Rahayu, SE., MM NIP 19770826 200801 2 011	: ()
2. Sekretaris/Pembimbing Irmayanti Hasan, ST., MM NIP 19770506 200312 2 001	: ()
3. Penguji Utama Dr. H. Salim Al Idrus, MM., M.Ag NIP 19620115 199803 1 001	: ()

Disahkan oleh :
Ketua Jurusan,

Dr. Achmad Sani Supriyanto, SE, M.Si
NIP 19720212 200312 1 003

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini saya :

Nama : Huda Choirul Anam
NIM : 08510147
Alamat : Dsn. Kebonsari Ds. Singosari Kec. Sukodadi Kab.
Lamongan Rt/Rw : 002/001 Kode Pos : 62253

Menyatakan bahwa “**Skripsi**” yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan judul :

**ANALISIS PENDEKATAN STRATEGI KEUNGGULAN BERSAING
PADA PT. TELEKOMUNIKASI INDONESIA TBK DIVISI *CONSUMER
SERVICES* (DCS) AREA KEDIRI**

adalah hasil karya saya sendiri, bukan “**duplikasi**” dari karya lain.

Selanjutnya apabila dikemudian hari ada “**klaim**” dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab dosen pembimbing dan atau pihak fakultas ekonomi, tetapi menjadi tanggung jawab saya sendiri.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya tanpa paksaan dari siapapun.

Malang, 8 September 2012
Hormat saya,

Huda Choirul Anam
NIM : 08510147

KATA PENGANTAR



Puji syukur Alhamdulillah peneliti panjatkan ke hadirat Allah Ta'ala. karena atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, penyusunan skripsi dengan judul **“ANALISIS PENDEKATAN STRATEGI KEUNGGULAN BERSAING PADA PT. TELEKOMUNIKASI INDONESIA TBK DIVISI *CONSUMER SERVICES* (DCS) AREA KEDIRI”** dapat diselesaikan walaupun masih belum sesuai dengan yang diharapkan. Pembuatan skripsi ini adalah suatu syarat untuk menyelesaikan tugas akhir di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada baginda Nabi Besar Muhammad SAW beserta seluruh keluarga dan sahabatnya yang selalu eksis membantu perjuangan beliau dalam menegakkan Dinullah di muka bumi ini.

Dalam penyusunan skripsi ini telah banyak pihak yang turut membantu sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Untuk itu peneliti ingin menyampaikan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Imam Suprayogo selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang
2. Bapak Dr. HA. Muhtadi Ridwan, MA., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Bapak Dr. Achmad Sani Supriyanto, SE., M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen
4. Ibu Irmayanti Hasan, ST., MM. yang telah membimbing peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini, sehingga dengan bantuan, arahan dan nasehatnya peneliti menjadi lebih mengerti.
5. Bapak Ali Kusnowo selaku Manager PT. Telekomunikasi Indonesia ,Tbk DCS Area Kediri dan para staf yang telah membantu memberi informasi sebagai data penyusunan skripsi ini.

6. Abah yang selalu mensupport ku untuk menjadi yang lebih baik dan terbaik
7. Ibu yang doanya selalu menyertaiku dan kasih sayangnya selalu hangat menyelimuti
8. Neng Nisa yang crewet sudah mensupport ku hingga aku akhirnya bisa menyelesaikan program S-1 ku ini
9. Mas Ayak dan Mbak Fitri sekeluarga yang telah menjadi inspirasiku untuk terus maju kedepan menatap kehidupan
10. Abah Yai serta segenap keluarga besar PP Al-Ma'ruf, terimakasih atas ilmu yang diberikan semasa aku nyantri disana. Karena disanalah yang mencerminkan kehidupanku yang sekarang ini.
11. Segenap keluarga besar JAMFIS yang takkan tergantikan selamanya
12. Keluarga besar PMII Rayon Ekonomi "Moch Hatta". Terimakasih atas segala yang diberikan kepadaku selama ini meskipun belum berarti apa-apa yang aku berikan.
13. Sahabat-sahabat PMII Koms. Sunan Ampel Malang, terimakasih karena sudah menjadikan keberadaanku ada
14. Kepada HMJ Manajemen dan BEM-FE, maaf karena belum bisa memberikan yang terbaik kepada teman-teman di Jurusan Manajemen dan Fakultas Ekonomi.
15. Kepada dulur-dulur kamar 40 Ibnu Sina, kalianlah sahabatku yang pertama dan selamanya
16. Kepada Avicenners ayo lanjutkan Shobahun Naum-nya, awas ketahuan musyrif.
17. Teman-teman dan dulur-dulur JDFI UIN Malang, Dengan Islam Aku Hidup, Dengan Seni Aku Berdakwah.
18. Kepada Sahabat-sahabat PKPBI kelas D3, gua ndak bakalan lupa kalian kok.
19. Ustad Taufiq yang saya banggakan, terimakasih atas ilmunya selama ini, njenengan inspirasi kulo

20. Buat kelompok PKLI ku, Bayu “beep” Agung Prakoso n Ahmad “petruk” Bahari Ilmi, ayo nang Pak Gendeng.
21. Fathur “tung ahong” Rahman.
22. My Lovely *****, sabar ya sayang, abang pasti pulang.
23. Sahabat-sahabat dan teman-temanku yang juga telah turut membantu peneliti dalam mengerjakan skripsi ini yang malas kalo saya sebutkan satu-satu ^_^ .

Akhirnya semua peneliti kembalikan kepada Allah SWT, karena atas rahmat-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan menjadi sesuatu karya yang memberi dampak positif.

Malang, 8 September 2012

Peneliti,

Huda Choirul Anam

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	I
LEMBAR PERSETUJUAN	II
LEMBAR PENGESAHAN	III
SURAT PERNYATAAN	IV
KATA PENGANTAR.....	V
DAFTAR ISI.....	VIII
DAFTAR TABEL	XI
DAFTAR GAMBAR.....	XII
DAFTAR LAMPIRAN	XIII
ABSTRAK	XIV
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
BAB II KANJIAN PUSTAKA	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.1.1 Endi Fitri Herlianto (2010)	9
2.1.2 Phillips, P.A.....	9

2.1.3 Zul Bahren	10
2.2 Kajian Teori	12
2.3 Kerangka Berfikir	26
BAB III METODE PENELITIAN	27
3.1 Lokasi Penelitian.....	27
3.2 Jenis dan Pendekatan Penelitian	27
3.3 Data dan Jenis data	28
3.4 Subjek Penelitian	29
3.5 Teknik Pengumpulan data.....	31
3.6 Triangulasi.....	33
3.7 Model Analisis Data.....	33
BAB IV PAPARAN DATA DAN PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN	36
4.1 Paparan Data Hasil Penelitian.....	36
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan	36
4.1.2 Visi, Misi, dan Tujuan	36
4.1.3 Inisiatif Strategis	37
4.1.4 <i>Corporate Value 5C</i>	38
4.1.5 Jajaran Direksi	39
4.1.6 Struktur Organisasi	40
4.1.7 Personalia.....	42
4.1.8 Kebijakan-kebijakan dalam Kepuasan Pelanggan.....	44

4.1.9 Tugas – Tugas <i>Customer Care</i>	48
4.1.10 Broadband Internet Telkom	52
4.1.11 Konfigurasi Speedy.....	53
4.2 Pembahasan Hasil Penelitian.....	54
4.2.1 Analisis Pengaruh Lingkungan Industri.....	55
4.2.2 Strategi Bersaing PT Telkom Kediri.....	64
BAB V PENUTUP	78
5.1 Kesimpulan	78
5.2 Saran	79
DAFTAR PUSTAKA	80
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 : Produk dan Layanan Telkom	3
Tabel 1.2: Market Share Perusahaan Telekomunikasi Di Indonesia	4
Tabel 2.1 : Penelitian Terdahulu dan Sekarang	11
Tabel 2.2 : Strategi Generik dan Strategi Utama	25
Tabel 4.1 : Paket Speedy	53
Tabel 4.3 : Beberapa supplier Telkom	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 : 5 Force Analisis Model	17
Gambar 2.2 : Kerangka Berfikir	26
Gambar 4.1 : Struktur Organisasi Perusahaan	42
Gambar 4.2 : Konfigurasi Jaringan Speedy	53

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Pedoman Wawancara

Lampiran 2 : Manajemen PT Telekomunikasi Indonesia Tbk Divisi *Consumer Services* (DCS) Area Kediri

Lampiran 3 : Peket promosi speedy 2012

Lampiran 4 : Surat peningkatan kualitas jaringan

Lampiran 5 : Biodata Peneliti

ABSTRAK

Anam, Huda Choirul. 2012. SKRIPSI. Judul: " Analisis Pendekatan Strategi Keunggulan Bersaing Pada PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk Divisi *Consumer Services* (DCS) Area Kediri"

Pembimbing : Irmayanti Hasan, ST., MM

Kata Kunci : keunggulan bersaing, *5 force porter*

Persaingan yang makin ketat diantara perusahaan telekomunikasi mengharuskan perusahaan dituntut agar mampu tetap bersaing jika tidak mau di gerus oleh perusahaan yang lain. PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk Divisi *Consumer Services* (DCS) Area Kediri yang dalam hal ini adalah perusahaan yang bergerak dibidang telekomunikasi juga harus tetap bisa bertahan dalam bisnisnya. Tujuan dari penelitian ini adalah agar bisa diketahui bagaimana pelaksanaan strategi bersaing yang digunakan dengan mengacu pada konsep *5 force Analisis Porter*.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Data-data penelitian didapatkan dengan cara melakukan observasi langsung, wawancara, dan dokumentasi. Untuk memperoleh hasil yang maksimal, keabsahan data dikembangkan dengan cara melakukan triangulasi.

Hasil dari penelitian didapatkan bahwa PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk Divisi *Consumer Services* (DCS) Area Kediri berdasarkan teori dari *5 force Analisis* yang di kemukakan oleh Michael Porter, didapatkan bahwa penerapan strategi bersaing menggunakan strategi *cost leadership*, *differinsiasi*, *focus*, inovasi, dan persekutuan. Khusus pada strategi perkembangan tidak dilakukan karena perusahaan terkendala sistem birokrasi. *Cost Leadership* dengan melakukan promosi bundling dan promosi gratis modem. Strategi diferensiasi dengan cara membuat produk-produk yang bermacam-macam yang disesuaikan dengan teknologi yang dimiliki oleh Telkom. Strategi diferensiasi dengan membuat produk-produk yang bermacam-macam yang disesuaikan dengan teknologi yang dimiliki oleh Telkom. Strategi *focus* dilakukan dengan hanya berfokus pada produk tertentu yang dalam hal ini adalah internet speedy. Strategi inovasi diterapkan dibagian pemasaran dan layanan di plasa telkom. Dan strategi persekutuan dilakukan dengan menggandeng perusahaan atau instansi lain baik swasta maupun negeri untuk menjadi mitra telkom.

ABSTRACT

Anam, Huda Choirul. 2012. Thesis. Entitled: " Analysis Of Competitive Advantage Strategy Approach at PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk Divisi *Consumer Services* (DCS) Area Kediri"

Advisor : Irmayanti Hasan, ST., MM

Keywords : competitive advantage, *5 force porter*

An increasingly tight competition among telecommunications companies are required to be able to remain competitive if they did not in shear zones by another company. PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk Division of Consumer Services (DCS) Kediri area which in this case is a company engaged in telecommunications also must be able to survive in the business. The purpose of this research is to be able to know how the implementation of competitive strategy is used with reference to the concept of Porter's five force analysis.

This research uses descriptive qualitative method. Research data obtained by direct observation, interviews, and documentation. To obtain maximum results, the validity of the data was developed by means of triangulation.

This research uses descriptive qualitative method. Research data obtained by direct observation, interviews, and documentation. To obtain maximum results, the validity of the data was developed by means of triangulation.

The results of this study indicated that PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk Division of Consumer Services (DCS) Kediri area based on the theory of force 5 analysis which pointed by Michael Porter, found that the application of competitive strategy using strategies cost leadership, differentiation, focus, innovation, and fellowship. Special on development strategy is not done because the company is constrained bureaucratic system. Cost Leadership by "bundling promotion" and a free modem promotion. Differentiation strategy by making products assortment tailored to the technology owned by Telkom. Focus strategy is done by simply focusing on a particular product which in this case is "speedy internet". "Innovation strategy" applied "on the marketing" and "service in plasa telkom". And strategic alliances made by holding companies or other agencies, both private and state for mitra telkom.

المستخلص

الأنام ,هدى خير. تحليل استراتيجيية الميزة التنافسية في Tbk PT Telekomunikasi Indonesia,

Divisi Consumer Services (DCS) منطقة كيديري

المشرفة : ايرماياتنى حسن, المجستيرة

مسابقة ضيق متزايد بين شركات الاتصالات تتطلب ويتعين على الشركات أن تكون قادرة على البقاء في دائرة المنافسة إذا لم يفعلوا في مناطق القص من قبل شركة أخرى PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk Divisi Consumer Services (DCS) منطقة كيديري . وهو في هذه الحالة هي شركة تعمل في مجال الاتصالات يجب أيضا أن يكون قادرا على البقاء على قيد الحياة في الأعمال التجارية. الغرض من هذا البحث هو أن تكون قادرة على معرفة كيفية استخدام تنفيذ الاستراتيجية التنافسية مع الإشارة إلى مفهوم 5 قوة بورتر تحليل.

هذا البحث يستخدم أسلوب نوعي وصفي. البيانات البحثية التي حصلت عليها الملاحظة المباشرة، والمقابلات، والوثائق. للحصول على أقصى قدر من النتائج، وضعت صحة البيانات عن طريق التثليث.

وأشارت نتائج هذه الدراسة إلى أن PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk Divisi Consumer Services (DCS) منطقة كيديري, استنادا إلى نظرية 5 قوة بورتر تحليل التي قدمها مايكل بورتر. وجدت أن تطبيق الاستراتيجية التنافسية باستخدام استراتيجية تكلفة القيادة (cost leadership), التفاضل (diferensiasi), تركيز (focus), ابتكار (inovasi), والزمالة (persekutuan). على وجه التحديد على وضع استراتيجية لم تنفذ، وذلك لأن الشركة تعاني البيروقراطية. تكلفة القيادة من قبل "تعزيز تجميع" وتعزيز مودم مجانا. مصممة استراتيجية التمايز بجعل منتجات متنوعة إلى التكنولوجيا المملوكة لشركتي تيليكوم. ويتم التركيز من خلال التركيز استراتيجية ببساطة على منتج معين وهو في هذه الحالة هو "الإنترنت السريع". "الابتكار استراتيجية" التطبيقية "على تسويق" و "الخدمة في Plasa Telkom". والتحالفات الاستراتيجية التي قدمتها الشركات القابضة أو وكالات أخرى، في القطاعين الخاص والدولة للتلکوم ميترا.